programa final

Encontro Nacional de Produtores e Usuários de Informações Sociais, Econômicas e Territoriais

INFORMAÇÃO PARA UMA SOCIEDADE MAIS JUSTA

III Conferência Nacional de Geografia e Cartografia

IV Conferência Nacional de Estatística

Reunião de Instituições Produtoras

Fórum de Usuários

Seminário "Desafios para Repensar o Trabalho"

Simpósio de Inovações

Jornada de Cursos

Mostra de Tecnologias de Informação

27 a 31 de maio de 1996
Rio de Janeiro, RJ BRASIL

IBGE 60 anos 1936-1996

Uma das maneiras de olhar o ofício de produzir informações sociais, econômicas e territoriais é como arte de descrever o mundo. Estatísticas e mapas transportam os fenômenos da realidade para escalas apropriadas à perspectiva de nossa visão humana e nos permitem pensar e agir à distância, construindo avenidas de mão dupla que juntam o mundo e suas imagens. Maior o poder de síntese dessas representações, combinando, com precisão, elementos dispersos e heterogêneos do cotidiano, maior o nosso conhecimento e a nossa capacidade de compreender e transformar a realidade.

Visto como arte, o ofício de produzir essas informações reflete a cultura de um País e de sua época, como essa cultura vê o mundo e o torna visível, redefinindo o que vê e o que há para se ver.

No cenário de contínua inovação tecnológica e mudança de culturas da sociedade contemporânea, as novas tecnologias de informação - reunindo computadores, telecomunicações e redes de informação - aceleram aquele movimento de mobilização do mundo real. Aumenta a velocidade da acumulação de informação e são ampliados seus requisitos de atualização, formato - mais flexível, personalizado e interativo - e, principalmente, de acessibilidade. A plataforma digital vem se consolidando como o meio mais simples, barato e poderoso para tratar a informação, tornando possíveis novos produtos e serviços e conquistando novos usuários.

Acreditamos ser o ambiente de conversa e controvérsia e de troca entre as diferentes disciplinas, nas mesas redondas e sessões temáticas das Conferências Nacionais de Geografia, Cartografia e Estatística e do Simpósio de Inovações, aquele que melhor enseja o aprimoramento do consenso sobre os fenômenos a serem mensurados para retratar a sociedade, a economia e o território nacional e sobre as prioridades e formatos das informações necessárias para o fortalecimento da cidadania, a definição de políticas públicas e a gestão político - administrativa do País, e para criar uma sociedade mais justa.

Simon Schwartzman
Coordenador Geral do ENCONTRO

Promoção

Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBGE
Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatistica
IBGE
Associação Brasileira de Estudos Populacionais
ABEP

Co-Promoção

Associação Brasileira de Estatística
ABE
Associação Brasileira de Estudos do Trabalho
ABET
Associação Brasileira de Pós-graduação em Saúde Coletiva
ABRASCO
Associação Nacional de Centros de Pós-graduação em Economia
ANPEC
Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Ciências Sociais
ANPOCS
Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Geografia
ANPEGE
Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Planejamento Urbano e Regional
ANPUR
Sociedade Brasileira de Cartografia
SBC

Apoio

Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro
FIRJAN
Academia Brasileira de Letras
ABL
Conselho Nacional de Pesquisas
CNPq
Financiadora de Estudos e Projetos
FINEP
Revista Ciência Hoje

Institutos Regionais Associados

Companhia do Desenvolvimento do Planalto Central
CODEPLAN (DF)
Empresa Metropolitana de Planejamento da Grande São Paulo S/A
EMPLASA (SP)
Empresa Municipal de Informática e Planejamento S/A
IPLANRIO (RJ)
Fundação Centro de Informações e Dados do Rio de Janeiro
CIDE (RJ)
Fundação de Economia e Estatística
FEE (RS)
Fundação de Planejamento Metropolitano e Regional
METROPLAN (RS)
Fundação Instituto de Planejamento do Ceará
IPLANCE (CE)
Fundação João Pinheiro
FJP (MG)
Fundação Joaquim Nabuco
FUNDAJ (PE)
Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados
SEADE (SP)
Instituto Ambiental do Paraná
IAP (PR)
Instituto de Geociências Aplicadas
IGA (MG)
Instituto de Pesquisas Econômicas, Administrativas e Contábeis
IPEAD (MG)
Instituto do Desenvolvimento Econômico Social do Pará
IDESP (PA)
Instituto Geográfico e Cartográfico
IGC (SP)
Instituto de Apoio à Pesquisa e ao Desenvolvimento "Jones dos Santos Neves"
IJSN (ES)
Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social
IPARDES (PR)
Processamento de Dados do Município de Belo Horizonte S/A
PRODABEL (MG)
Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia
SEI (BA)

Coordenação Geral

Simon Schwartzman

Comissões de Programa

Confege

César Ajara (IBGE)
Denizar Blitzkow (USP)
Jorge Marques (UFRJ)
Lia Osório Machado (UFRJ)
Mauro Pereira de Mello (IBGE)
Speridião Faissol (UERJ)
Trento Natali Filho (IBGE)

Confest

José A. M. de Carvalho (UFMG)
José Márcio Camargo (PUC)
Lenildo Fernandes Silva (IBGE)
Teresa Cristina N. Araújo (IBGE)
Vilmar Faria (CEBRAP)
Wilton Bussab (FGV)

Comissão Organizadora

Secretaria Executiva - Luisa Maria La Croix
Secretaria Geral - Luciana Kanham
Confege, Confest e Simpósio de Inovações
Anna Lucia Barreto de Freitas, Evangelina X.G. de Oliveira, Jaime Franklin Vidal Araújo, Lilibeth Cardozo R.Ferreira e Maria Letícia Duarte Warner
Jornada de Cursos - Carmen Feijó
Finanças - Marise Maria Ferreira
Comunicação Social - Micheline Christophe e Carlos Vieira
Programação Visual - Aldo Victorio Filho e Luiz Gonzaga C. dos Santos
Infra-Estrutura - Maria Helena Neves Pereira de Souza
Atendimento aos Participantes - Cristina Lins
Apoio
Andrea de Carvalho F. Rodrigues, Carlos Alberto dos Santos, Delfim Teixeira, Evilmerodac D. da Silva, Gilberto Scheid, Héctor O. Pravaz, Ivan P. Jordão Junior, José Augusto dos Santos, Julio da Silva, Katia V. Cavalcanti, Lecy Delfim, Maria Helena de M. Castro, Regina T. Fonseca, Rita de Cassia Ataualpa Silva e Taisa Sawczuk

Registramos ainda a colaboração de técnicos das diferentes áreas do IBGE, com seu trabalho, críticas e sugestões para a consolidação do projeto do ENCONTRO.

IV CONFERENCIA NACIONAL DE ESTATISTICA

RIO DE JANEIRO

27 - 31 de maio de 1996

POUR UNE ANALYSE DIFFERENCIEE DES SERVICES

par Michel Séruzier
Consultant en comptabilité nationale
Domaine de l'Alouette
38090 BONNEFAMILLE
FRANCE

On ne trouvera pas dans cette communication un discours en trois parties, à la tournure cartésienne, qui prétendrait faire le tour d'une question. Il se présente plutôt comme une succession de flashs, tirés de mon expérience de comptable national, et un peu à l'image du sujet qui fait l'objet de cette session : les services et leur diversité, au point qu'on éprouve toujours une difficulté évidente à en proposer une lecture homogène. Pour ma part, je ne prétends pas m'engager dans telle lecture homogène; et je considère ce choix plus fondé par des considérations épistémologiques que par une facilité de rédaction. C'est en effet le moyen qui me semble le plus approprié pour accompagner le foisonnement des activités économiques que recouvre la notion de services.

1 - CONSTATER LA GRANDE VARIETE DES SERVICES

Nous sommes habitués à faire l'inventaire des services au moyen de la nomenclature des activités qui existe dans tous les pays, et dont la 3° révision de la CITI (ISIC) a proposé une nouvelle approche unifiée à l'échelle mondiale. Et pourtant, un désaccord est intervenu quand il s'est agi de lui associer une nomenclature des produits : la CPA proposée par l'Europe, et dont le Brésil s'inspire pour ses comptes nationaux, prend ses distances par rapport à la CPC proposée par les Nations Unies à propos des services industriels (voir ci-dessous paragraphe 4).

Or il importe de se poser la question du rôle que remplit une nomenclature économique du point de vue de la théorie de la connaissance. Toute nomenclature est en effet, à travers le classement quelle propose, un essai d'interprétation et de classement de phénomènes multiformes. Dans le domaine des espèces animales ou végétales, une certaine convergence se fait jour, à partir des travaux réalisés depuis plus de deux siècles; mais ceci est facilité par la stabilité de ces espèces, du moins à l'échelle de notre histoire. Dans le domaine des activités économiques, la variété des interprétations proposées au cours du temps a été beaucoup plus grande[1], et on constate simultanément que l'évolution de ces activités est permanente. Une nomenclature est donc le constat, à un moment donné (et avec un certain retard), de l'état des théories économiques cherchant à interpréter une situation mouvante. Or c'est justement dans le champ des services que le développement économique actuel est le plus manifeste.

En fait, peut-être plus encore en économie que pour les autres sciences humaines, il n'existe pas de stabilité à l'échelle de notre histoire immédiate. Et l'ordre que nous pouvons y découvrir est le fruit de notre interprétation, en aucun cas la découverte d'un ordre préétabli qui existerait indépendamment de notre lecture. En conséquence, les grilles d'analyse proposées s'efforcent d'interpréter un foisonnement qui nous échappe; prétendre à l'unicité serait un leurre; et la diversité des lectures proposées révèle la variété des points de vue possibles. Leur pertinence se mesure alors uniquement par leur efficacité pour interpréter les événements.

Or c'est sur la dichotomie entre biens et services que sont actuellement construites les nomenclature d'activités et de produits. Et si le concept de biens peut être défini sans difficulté ("les biens sont des objets physiques", et le SCN n'utilise qu'un paragraphe, le 6.7, pour les présenter), il n'en est pas de même pour les services, qui apparaissent surtout comme le complément des biens dans l'espace des produits. Du coup, le SCN doit consacrer 6 paragraphes à les définir. Par ailleurs, la variété de leur contenu ne fait que confirmer la difficulté de les réunir dans une définition simple. Pour autant, une autre approche pourrait-

---

[1] B. Gibert, J. Laganier et M. Volle "Essai sur les nomenclatures industrielles", Economie et Statistique n°20, Paris, février 1971

elle être proposée ? Certaines pistes semblent se manifester, comme la notion de biens immatériels (à laquelle on associe la possibilité d'investir); mais rien d'unifié ne se dégage vraiment. La situation actuelle nous invite donc à la recherche et à l'inventivité. Ce qui suit ne peut que confirmer une telle nécessité; mais c'est plutôt dans la diversité des réponses qu'il faudra sans doute s'engager.

2 - UNE VARIETE DE "SERVICES" : LA PRODUCTION DE CONNAISSANCE ET/OU D'INFORMATION

Qu'y a-t-il de commun entre un film, un roman, un plan d'architecte ou un logiciel informatique ? Peu de chose, à vrai dire, si on s'intéresse à la manière dont on peut y accéder : une séance de cinéma, un livre, un édifice ou un ordinateur. Mais dans de telles circonstances, la création a déjà eu lieu; et c'est par le biais d'un autre produit (bien ou service selon les cas) qu'il est possible d'en prendre connaissance, au besoin de l'utiliser. Autrement dit, une production intellectuelle a eu lieu à un moment donné, et il est possible d'en conserver la mémoire au cours du temps : elle est stockable. La production de connaissance est donc un service d'un genre particulier; et on est même en droit de s'interroger pour savoir s'il est encore opportun de parler de service. Car c'est en fait à l'émergence d'un nouveau type de produit que nous assistons.

Par connaissance, il ne faut pas entendre seulement un savoir formalisé sous forme de concepts; cela concerne aussi le savoir-faire, qu'il soit détenu par une personne (ce que les anglais appellent "the skill"), maîtrisé dans le cadre d'une équipe de travail, incorporé dans une machine ou dans une organisation. Le savoir peut également être purement collectif, au sens d'une culture détenue par un peuple.

Se pose alors la question de savoir quelle est la part économique de cette émergence de connaissance. Dans le cadre de la comptabilité nationale actuelle, on devrait se limiter à la partie marchande de cette création, c'est-à-dire ce qui donne lieu à échange rémunéré entre agents économiques. Mais c'est justement ce qui se passe dans le cas du réalisateur de cinéma, du romancier, de l'architecte ou de l'informaticien, que ce soit directement ou à travers les entreprises qui négocient leur création.

Par ailleurs, cette création de connaissance peut donner lieu à une livraison unique et instantanée : le conférencier, ou le consultant qui traite une situation particulière. Mais, le plus souvent, cette production ne s'éteint pas avec sa livraison. Il s'agit alors d'un savoir mis sous une forme telle qu'il puisse être portable (c'est-à-dire transférable de manière autonome, indépendamment des personnes qui l'ont produit) : images, écrits, supports informatiques, grilles d'analyse,... Mais alors, un tel savoir peut être transmis dans l'espace et dans le temps; et il acquiert une dimension matérielle, car un support est nécessaire pour le conserver. Mais alors, ce n'est plus seulement de la connaissance, c'est devenu de l'information, sur laquelle des droits peuvent être exercés.

L'information est donc de la connaissance qui devient portable; et une fois produite, elle doit trouver un support matériel où s'inscrire, éventuellement en de multiples exemplaires. Mais cela suppose alors une production complémentaire, d'une autre nature : un support pour cette information (pellicule impressionnée, livre, maquette, disquette chargée, parmi beaucoup d'autres supports possibles); et il s'agit alors d'une production de biens.

Mais par ailleurs, la mise à disposition de cette information peut donner lieu à production de nombreux services (au sens plus classique du terme) :

- le transport (dont les télécommunications),

- la transmission de la connaissance que l'information contient (en particulier par l'enseignement),
- la représentation (théâtre, cinéma, concert,...),
- la consultation (le médecin, l'avocat, le "consultant",...),
- la gestion des droits de propriété,...

3 - LES SERVICES ET LA DUREE

Parmi les caractéristiques propres aux services, il est classique de souligner le fait que leur production et leur livraison ne peuvent être dissociées : le temps n'a pas sa place entre les deux. La durée est-elle pour autant exclue de la production des services? Il n'en est rien; mais il n'est pas inutile d'introduire un certains nombres d'analyses à ce propos, car le temps peut intervenir de bien des manières.

- Le temps intervient dans la mise en oeuvre du travail que suppose la production du service : tout travail nécessite une durée pour être mis en oeuvre; ainsi, la plupart des services sont livrés au rythme du travail nécessaire à les produire : le coiffeur, la séance de cinéma, le travail du consultant, l'enseignement, la réparation,... Dans certains cas, la livraison dépend aussi d'un scénario qui échappe au client comme au fournisseur (le service d'un avocat pour un procès).

- Le temps intervient de même dans la durée d'utilisation de l'équipement grâce auquel le service est fourni : l'occupation d'un logement, l'utilisation d'un véhicule loué ou encore le transport lui-même.

- Le temps peut également constituer un élément du contrat : la maintenance d'un bien, le service d'assurance.

- Pour certains services, plus particulièrement ceux qui génèrent un savoir et dont la livraison se fait sous forme d'informations, une certaine durée est nécessaire pour les produire (un film, un logiciel, un travail d'architecte,...). Dans ce cas, la comptabilité nationale prévoit maintenant des stocks possibles d'encours.

- Pour les mêmes produits d'informations, le produit livré peut survivre à sa livraison; on prévoit donc la possibilité de stocks de produits finis chez le producteur, et une formation de capital fixe (FBCF) de la part de l'acquéreur.

- Pour certains services, en particulier dans les transports, l'hôtellerie et les spectacles, la vente peut intervenir avant livraison de la prestation; et des professionnels (les agences de voyage en particulier) en font leur activité principale. Convient-il alors de les considérer comme des commerçants qui vendent des marchandises, et dont la production s'analyserait comme une marge ? Non, car celui qui achète n'acquiert pas le produit lui-même, sinon un droit économique sur la livraison future; il s'agirait donc plutôt de la livraison d'un instrument financier.

- Pour tous les services dont la livraison nécessite une certaine durée (c'est typiquement le cas de l'assurance, mais le principe doit en être étendu à d'autres services), on convient d'appliquer le droit constaté comme principe de valorisation : la production de l'année se mesure au prorata du temps écoulé par rapport à la durée du contrat (ce qui correspond d'ailleurs aux pratiques comptables des entreprises d'assurance).

4 - SERVICES INDUSTRIELS

Il est fréquent que les acteurs économiques utilisent le terme "service" dans un sens plus large que celui retenu par la nomenclature des activités. On parle ainsi de services de réparation navale, ou encore de services d'appui à l'agriculture, alors que la CITI (ISIC) classe ces activités parmi celles productrices de biens. Et si la CPC classe les outputs correspondants parmi les services, elle n'est pas suivie par l'Union européenne, puisque la CPA (qui est la nomenclature de produits associée à la NACE), en fait des produits des mêmes activités; et on notera d'ailleurs qu'un tel classement est conforme aux choix méthodologiques utilisés dans le cadre des matrices input-output. Ceci nous conduit à proposer quelques réflexions à propos de deux catégories de "services" : les services industriels et les services auxiliaires, puisque les premiers ne sont pas considérés comme des services et que la tendance est plutôt d'ignorer les seconds.

On pourrait définir un *service industriel* comme étant une sous-partie du processus de production d'un bien, sous-ensemble détaché du producteur principal et confié à un tiers. Il se distingue donc d'un *service auxiliaire*, lequel correspond à l'apport d'une activité d'appui à la réalisation d'un tel processus (on parle des services auxiliaires au paragraphe suivant)[2].

Quand un processus industriel est intégré, on ne voit pas apparaître de services industriels; ceux-ci se manifestent en revanche dès que le producteur principal fait appel à des tiers pour réaliser une partie des interventions nécessaires à la réalisation de ses produits finis. Traditionnellement, de tels services ont été utilisés pour la réalisation de tâches particulièrement spécialisées, ou encore pour faire front à une poussée conjoncturelle de la demande. Mais les entreprises ont de plus en plus tendance à limiter leur intervention aux points clés de leur processus de production, faisant appel à de la sous-traitance pour de nombreuses tâches appartenant à ce processus. On assiste donc à une amplification des services industriels, selon des modalités qui dépendent beaucoup de la nature de l'activité concernée. A titre d'exemple, on peut évoquer les cas suivants (dont certains sont explicitement mentionnés dans la CITI) :

- dans l'agriculture, certains travaux liés au traitement des sols et des cultures, la récolte elle-même, ou encore la toute première transformation des produits récoltés (pressage, décorticage, séchage,...);
- dans la production d'hydrocarbures : les travaux liés à l'exploration, les tâches de mesure et de contrôle, la gestion de certains équipements,...
- dans la construction civile : les travaux réalisés au moyen d'engins spécialisés, la répartition des tâches selon certains corps de métier,...

On rencontre par ailleurs différentes manières de gérer les relations commerciales avec les fournisseurs de ces "services" :

- le contrat commercial classique, qui suppose la fourniture ponctuelle d'un service défini a priori;
- le travail à façon, dans lequel le fournisseur reçoit toutes les matières sur lesquelles il doit intervenir; le lien peut alors être ponctuel, mais il est le plus souvent

---

[2] Les questions abordées dans ce paragraphe et dans le suivant ne peuvent être dissociées d'un débat plus général : la frontière à établir entre la fourniture d'un travail, et la livraison d'un service (industriel ou autre). On doit en particulier ne pas se laisser impressionner par les appellations, et considérer parfois comme salariat (c'est à dire fourniture d'un travail), ce que les acteurs économiques auraient tendance à considérer comme une livraison de service.

permanent, y compris à l'égard de personnes travaillant à domicile (c'est en particulier le cas dans l'habillement et la chaussure);

- la sous-traitance : on délègue à une autre entreprise une tâche spécifique du processus, soit sous forme d'une pièce à incorporer, soit en lui demandant une intervention spécialisée sur les matières en cours de transformation, soit encore en lui déléguant une production qui appartient normalement à l'entreprise donneur d'ordre;

- la maîtrise d'oeuvre : quand un producteur joue un rôle de coordinateur du travail de plusieurs corps de métier intervenant dans le cadre d'une même réalisation; ceci existe en particulier dans la construction civile ou la production de gros matériels d'équipement (usine clé en main, par exemple).

Seule une analyse technique permet de faire la différence entre ces services industriels et les autres appellations : services auxiliaires ou toute autre forme de services. Et ceci revêt une grande importance, puisque les services industriels ne doivent pas être classés dans les activités de services. De plus, il faut à chaque fois retenir une manière homogène d'en faire l'analyse économique, du moins si on veut garantir un traitement macroéconomique homogène par rapport à des situations microéconomiques traitées très différemment par chacun des acteurs impliqués.

Pour éclairer mon propos, je ne prendrai qu'un exemple : le décorticage du café. Au Brésil, cette activité est le plus souvent intégrée à l'établissement agricole qui le cultive; dans ce cas, la production agricole devrait être le café décortiqué. En Colombie, la production agricole est assurée par de petites unités, et le décorticage est assuré par des coopératives, les paysans gardant la propriété du café décortiqué; le décorticage devrait y être traité comme un service industriel rendu à l'agriculture. Au Pérou, les unités de décorticage achètent le café aux paysans et le commercialisent en leur nom propre; dans ce cas, le décorticage relève d'une activité manufacturière. Enfin, en Equateur, ce sont des commerçants qui donnent le café à décortiquer à des établissements spécialisés; ceux-ci doivent être également classés en industrie manufacturière. On retrouverait des problématiques similaires avec le cacao, le vin, le tabac ou l'huile d'olive.

5 - SERVICES AUXILIAIRES

Les services auxiliaires entrent bien dans la catégorie des services recensés par les nomenclatures d'activités et de produits : transports, stockage, manutention, services administratifs, location d'immeubles ou d'équipements, formation, sécurité,... Il s'agit en fait de tous les services auxquels une entreprise peut faire appel pour accompagner la réalisation de son activité principale (on parle aussi de services d'appui)[3]. Quand de tels services sont réalisés par des entreprises indépendantes travaillant simultanément pour plusieurs clients, cela va de soi d'en comptabiliser la production. En revanche, le SCN convient d'en ignorer la production non seulement quand ils sont réalisés par le bénéficiaire lui-même, mais y compris quand le producteur, juridiquement indépendant, en est une filiale (Voir SCN, 4.40-44). En conséquence :

- On doit ignorer les établissements d'une entreprise, dès lors que leur fonction est de fournir des services auxiliaires aux autres établissements. Leurs coûts et leurs salariés doivent alors être répartis entre les autres, au prorata des services qui leur sont rendus.

- La comptabilité nationale n'accorde pas d'existence institutionnelle propre aux entreprises dites auxiliaires, c'est-à-dire les filiales dont l'activité est par nature au service de

---

[3] On trouve une présentation détaillée des services auxiliaires dans le SCN, 5.9-16; ils sont définis comme "une activité d'appoint exercée par une entreprise dans le but de créer les conditions qui lui permettent d'exercer ses activités principale ou secondaires".

leur société-mère. Et la production de leurs établissements est ignorée, au même titre que ceux mentionnés ci-dessus.

Ainsi, comme pour les biens, sont ignorés les services qu'un établissement produit pour ses propres besoins (exception faite de ceux donnant lieu à immobilisation, les logiciels par exemple); mais à la différence des biens, sont également ignorés les services livrés entre établissements d'un même groupe financier d'entreprises. Ceci revêt plusieurs conséquences pour l'analyse économique :

- La production de services aux entreprises n'est mesurée que si elle se réalise dans un contexte d'indépendance, c'est-à-dire selon un processus de division effective du travail.
- Par voie de conséquence, l'évolution économique de ces services, ainsi que leur poids dans l'économie nationale, dépend de la manière dont s'organise la division du travail; il en est de même pour la répartition des emplois par activité.
- La mesure des marges de distribution (commerce et transport) dépend de la production effectivement mesurée pour ces deux activités.

Dans le cas du Brésil, et pour ce qui concerne le transport, cela remet en cause le traitement retenu actuellement dans le cadre de la rénovation en cours des comptes nationaux. Compte tenu de l'importance que le transport de marchandises occupe dans le pays, il avait été convenu de comptabiliser en marges de transport l'activité des établissements spécialisés. Selon cette nouvelle approche, et à titre d'exemple, il ne peut plus y avoir de production de transport associée aux voies ferrées gérées par l'entreprise Vale do Rio Doce.

6 - FORMALISER L'ANALYSE ECONOMIQUE PROPRE A CHAQUE TYPE DE PRODUIT

Une telle démarche est déjà bien connue pour certains d'entre eux, et le nouveau SCN prend d'ailleurs le temps de préciser comment procéder à leur mesure; on peut citer en particulier :

* le commerce (dont la production est mesurée par la marge commerciale),
* les services financiers (avec le Service d'intermédiation financière indirectement mesuré),
* les services d'assurance,
* le crédit bail.

Mais il faut généraliser cette manière de faire; certains des cas proposés ci-dessous sont également mentionnés dans le SCN, d'autres correspondent à des solutions retenues dans le cadre de l'élaboration de tableaux entrées-sorties (TES). Quoi qu'il en soit, ce souci des comptables nationaux de mettre en oeuvre un traitement homogène pour la mesure de certains services devrait faciliter l'approche statistique de ces mêmes activités.

a) La publicité

Du point de vue des entreprises qui y font appel, la publicité est un poste budgétaire, une sorte de fonction de consommation appréhendée comme telle, et dont l'importance dépend de choix stratégiques. En revanche, les dépenses à engager à ce titre peuvent être éparpillées entre des biens et services assez différents de la nomenclature des produits. On trouve plus spécifiquement :

- les services fournis par les agences de publicité elles-mêmes, qui assurent la conception et la coordination des campagnes publicitaires;
- la mise au point des messages publicitaires, et leur adaptation selon les langages propres à chacun des supports utilisés;

- la production des supports proprement dits : presse, radio, télévision, cinéma, publications spécifiques, panneaux,....

- la réalisation des messages eux-mêmes (films, photos, affiches, bande sonore, maquette, peinture murale,...).

Bien entendu, la comptabilité nationale ne retient que la partie commercialisée de ces différents biens et services. Mais une entreprise peut être amenée à payer séparément tout ou partie des différentes dépenses liées à une campagne publicitaire. De son côté, le vendeur de support n'est pas en mesure de préciser à quelles activités il a proposé ses services. C'est pourquoi la meilleure solution consiste à faire converger toutes ces productions comme consommation intermédiaire de la branche "service de publicité", de telle sorte que la production de celle-ci corresponde pour l'essentiel aux dépenses publicitaires globales des entreprises. On notera d'ailleurs que toute la chaîne de production publicitaire correspond à de la création de biens ou d'informations; et que seule l'action de publicité (l'émission du message) constitue à proprement parler de la production de service.

b) Les agences de voyage

C'est une démarche inverse qui permet le mieux d'aborder l'activité des agences de voyage, en particulier quand elles fonctionnent comme "tour-operator". Certes, le client achète un "paquet", qui comprend du voyage, de l'hôtellerie, de la restauration, de la visite guidée,... Mais l'agence ne vend pas ces services, sinon un droit à en bénéficier au moment où ils seront produits. C'est pourquoi la production des agences doit se limiter à la commission qu'elles perçoivent pour la mise à disposition de ces services :

* commission accordée sous forme de ristourne par le fournisseur,
* commission explicitement facturée au client en sus du tarif affiché par le fournisseur.

c) Loteries

Le service de loterie peut être analysé selon une approche similaire à celle de l'assurance. Les gains effectivement distribués (y compris le prélèvement fiscal éventuellement pratiqué) doivent être considérés comme des transferts entre ménages. La production du service de loterie est donc mesurée par la différence entre le prix perçu auprès des joueurs et le montant qui est reversé aux gagnants (et à l'Etat, au titre du prélèvement sur les gains). Cette production elle-même se partage ensuite en deux éléments : la commission des vendeurs de billets et le gain proprement dit du gestionnaire de la loterie.

d) Les services liés aux transactions sur actifs (qu'ils soient ou non produits)

De tels services sont prélevés en sus du prix de vente, et constituent un élément du prix payé par l'acquéreur; viennent éventuellement s'y ajouter les impôts prélevés au titre de la transaction elle-même (non ceux prélevés au titre d'une plus-value éventuelle). Le SCN convient de traiter l'ensemble (services + impôts) comme un élément de FBCF figurant dans le compte de biens et services de ces services liés aux transactions, l'impôt en question étant traité comme un impôt prélevé sur ce service.

7 - A PROPOS DES STATISTIQUES SUR LES SERVICES

Développer un système d'information sur les services n'est pas chose facile; et il est caractéristique que de nombreux pays n'atteignent pas dans ce domaine le niveau minimal que les comptables nationaux seraient en droit d'attendre en la matière; le Brésil figure actuellement parmi ces pays. Je me permets donc de verser maintenant au débat quelques commentaires à ce sujet.

a) Analyse de la demande

Les demandes d'information sur les services sont multiples, mais il faut savoir que les attentes dépendent des préoccupations de chacun. Je me contenterai donc ici de présenter le point de vue du comptable national. Et il peut se résumer en quelques principes faciles à énoncer, sans doute plus difficiles à satisfaire :

- préférence à un minimum d'informations portant sur toutes les activités de services, plutôt que des informations plus complètes, mais ne couvrant qu'une partie du champ;
- priorité aux données permettant le suivi temporel de ces activités, plutôt que des données épisodiques, même si elles sont plus détaillées;
- homogénéité des nomenclatures utilisées pour la collecte de l'information;
- approche "économique" personnalisée des services enquêtés.

Or l'expérience montre que ces quelques requêtes ont bien du mal à être satisfaites.

b) Des difficultés spécifiques

Il ne faut pas se cacher que la collecte d'informations auprès des activités de services revêt des difficultés particulières. On peut plus particulièrement mentionner :

- dans la plupart des cas, une très grande dispersion des unités, la plupart très petites;
- une visibilité des établissements producteurs en général bien moindre que pour la production des biens;
- pour ces deux raisons, parmi d'autres, une part importante de l'activité pouvant être réalisée sous forme informelle ou souterraine;
- la difficulté, dans un tel contexte, de mettre en place un plan de sondage satisfaisant;
- une absence de matérialité des produits qui rend plus difficile le contrôle fiscal, et par voie de conséquence, des taux plus importants de sous-déclaration statistique;
- pour la même raison d'immatérialité, une plus grande difficulté pour saisir l'évolution des prix;
- la nécessité de mettre en place une interrogation personnalisée, pour tenir compte des spécificités de l'analyse économique attachée à chaque famille de services (Cf paragraphe 6 ci-dessus).

c) La nécessité d'une stratégie globale

Conquérir une maîtrise de l'information sur les services ne peut être qu'une oeuvre de longue haleine. La réponse à un tel enjeu ne s'obtient pas en réalisant un recensement de temps en temps, ou en lançant une enquête structurelle qui restera sans lendemain. Il est donc préférable de prévoir une approche limitée, à étendre progressivement à l'ensemble des services, et se répétant chaque année; et c'est seulement quand cette couverture permanente est atteinte qu'il est concevable d'envisager une amélioration de la richesse des informations collectées.

Et comme il serait vain de vouloir enquêter sur l'ensemble de la population des établissements, il est nécessaire de prévoir une approche différenciée de l'activité :

- par les établissements, pour les plus importants (dans le cadre d'un plan de sondage à définir);
- par le biais des ménages, pour le reste (ce qui permet simultanément une approche de la pratique informelle de ces activités).

d) A la recherche des variables clés

Du point de vue du comptable national, l'important est de pouvoir obtenir de l'information sur ce qu'on pourrait appeler les variables-clés de ces activités. A ce titre, on peut mentionner plus particulièrement :

- le nombre des personnes employées, et le montant des revenus qu'elles en tirent; une telle information provient nécessairement d'une enquête auprès des ménages; c'est d'ailleurs une enquête de ce type qui permettrait simultanément d'obtenir de l'information sur l'économie informelle;
- une enquête structurée auprès des unités les plus importantes, et en particulier celles constituées en sociétés;
- la recherche des variables clés propres à chaque activité : tonnes/kilomètres pour le transport routier, taux de marge pour le commerce, coefficients techniques liés à certains types de services, productivité par tête,...